

# Laporan Pengukuran Indeks Kepuasan Universitas Negeri Semarang

Tahun 2019

## Laporan Pengukuran Indeks Kepuasan di Universitas Negeri Semarang

### A. PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, UNNES mengemban tiga mandat dasar atau Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Bertolak dari tiga mandat ini, perguruan tinggi diharapkan menjadi motor bagi tumbuhnya kreativitas dan inovasi untuk merespon berbagai perubahan baik di bidang ilmu pengelahuan, teknologi, seni dan olahraga yang terjadi di masyarakat. Namun dalam mewujudkan perannya ini, perguruan tinggi masih dihadapkan pada sejumlah persoalan dan tantangan yang perlu dipecahkan. Di antara semua sektor layanan, sektor pendidikan, khususnya sistem pendidikan tinggi, memiliki pengaruh langsung pada masyarakat untuk pertumbuhan dan pembangunan sosial ekonomi. Institusi pendidikan tinggi, meskipun mempunyai peran besar dalam pertumbuhan ekonomi negara, tetap perlu memastikan dapat memberikan layanan pendidikan yang berkualitas tinggi. Namun faktanya di Indonesia hanya beberapa perguruan tinggi yang mampu mencapai pada level kualitas pendidikan tinggi tingkat global. Perguruan tinggi negeri di dorong terus untuk meningkatkan kualitas, karena keunggulan kompetitif yang dimiliki membuat para calon mahasiswa akan memilih kampus yang memiliki reputasi yang tinggi. Universitas Negeri Semarang menetapkan lima prioritas pengembangan dalam beberapa tahun ke depan. Di tengah persaingan institusi Pendidikan tinggi yang semakin ketat, kualitas menjadi senjata kompetitif bagi lembaga untuk melayani dan menarik peminat. Dipahami dari literatur bahwa banyak institusi pendidikan, ketika dilanda krisis, menggunakan berbagai praktik penilaian kualitas dan berhasil mengatasi krisis. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kepada pengembangan instrumen pengukuran yang sesuai dengan kebutuhan UNNES dan mampu menjadi tolak ukur dalam pengembangan kualitas unit dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa, dosen, tendik maupun pihak-pihak terkait dengan pelayanan UNNES. Meskipun

beberapa model tersedia untuk mengukur kualitas layanan, tampak dari tinjauan literatur bahwa tidak ada model holistik yang dikembangkan Sejauh ini untuk mengukur kualitas layanan layanan pendidikan tinggi dari di Indonesia. Pengukuran kualitas layanan sangat penting untuk memberikan pedoman kepada administrator lembaga, terutama dalam konteks Pendidikan tinggi saat ini.

Manfaat yang dapat diperoleh melalui pengukuran ini adalah:

- a. Sebagai bahan evaluasi universitas, fakultas, dan prodi , dan unit dalam pengambilan kebijakan, utamanya kebijakan yang berkaitan dengan capaian renstra.
- b. Sebagai dasar pengelola unit layanan atau pihak lain yang berkepentingan dalam melakukan pengukuran kepuasan layanan.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Sirvanci (1996) menunjukkan bahwa mahasiswa umumnya dianggap sebagai pelanggan utama dan mengambil peran berbeda dalam institusi. Mereka adalah produk dari proses, pelanggan internal untuk banyak fasilitas kampus, subjek dari proses pembelajaran dan pelanggan internal proses pembelajaran. Crawford (1991) berpendapat bahwa mahasiswa adalah pelanggan utama dalam pengaturan pendidikan. Ini didukung kuat oleh Galloway (1998). Namun demikian, secara umum diterima bahwa mahasiswa adalah pelanggan utama dan pelanggan potensial lainnya seperti alumni, orang tua, pengusaha, karyawan, pemerintah, industri dan masyarakat dapat dianggap sebagai pelanggan sekunder (Owlia dan Aspinwall, 1996). Oleh karena itu, di antara semua pemangku kepentingan, mahasiswa dari sebuah lembaga harus dianggap sebagai pemangku kepentingan yang paling penting, karena mereka adalah pelanggan yang signifikan dari lembaga pendidikan tinggi, dibandingkan dengan pemangku kepentingan lainnya. Kualitas layanan telah menarik perhatian yang cukup besar di sektor pendidikan tinggi, tetapi meskipun demikian, sedikit pekerjaan yang telah terkonsentrasi pada mengidentifikasi penentu dari sudut pandang mahasiswa sebagai penerima layanan.

Pengukuran kualitas layanan yang diusulkan dalam pendidikan tinggi (SQM-HEI) biasanya dilakukan melalui instrumen 30-item yang telah diuji secara empiris untuk unidimensionality, reliabilitas dan validitas menggunakan eksplorasi dan CFA. Skala pengukuran yang valid dan dapat diandalkan seperti itu akan menjadi alat yang dapat digunakan oleh lembaga pendidikan tinggi untuk meningkatkan kinerja layanan mengingat meningkatnya persaingan pasar pendidikan global. Hasil dari penelitian ini sangat penting karena penelitian sebelumnya telah menghasilkan skala yang memiliki kemiripan dengan langkah- langkah umum kualitas layanan, yang mungkin tidak sepenuhnya memadai untuk menilai kualitas yang dirasakan dalam pendidikan tinggi. Selain itu, penelitian sebelumnya terlalu sempit, dengan penekanan yang berlebihan pada kualitas akademik dan terlalu sedikit perhatian diberikan pada aspek non-akademik yang telah dilakukan.

Survei umumnya termasuk dalam salah satu dari dua kategori, deskriptif atau relasional. Survei deskriptif dirancang untuk memberikan gambaran tentang

keadaan saat ini sementara survei relasional dirancang untuk menguji secara empiris hubungan antara dua atau lebih konstruksi baik dalam eksplorasi atau dengan cara konfirmasi. Studi saat ini adalah survei relasional yang berupaya mengeksplorasi hubungan antara metodologi pengajaran (TM), perubahan lingkungan dalam faktor studi (ECSF), tindakan disipliner (DA), penempatan sebagai faktor mediasi dan hasil sebagai pendidikan berkualitas. Model penelitian yang dikembangkan SQM-HEI.

Kualitas pelayanan akan menjadi dasar bagi kepuasan konsumen. Kepuasan ini merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dikelola dengan baik karena akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen baik itu untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Memahami kualitas dari sudut pandang pelanggan sangat penting (Lagrosen, 2001). Di sektor publik, gagasan mengenai pelanggan dikaitkan dengan kegiatan komersial. Namun, manajemen kualitas terkini memiliki pandangan yang jauh lebih luas tentang pelanggan daripada sekedar pengadaan barang dan jasa tertentu. Sebaliknya, istilah "pelanggan" mengacu pada semua orang yang

dipengaruhi oleh aktivitas organisasi (Juran, 1988). Namun, mungkin lebih tepat untuk menggunakan istilah pemangku kepentingan ketika membahas kualitas dalam layanan publik. Ada banyak pemangku kepentingan di pendidikan tinggi sangat penting, khususnya, penyedia (penyandang dana dana dan masyarakat luas), siswa, staf dan pemberi kerja lulusan adalah penting

Kualitas adalah salah satu dari banyak konsep dalam ilmu sosial yang sangat sulit untuk didefinisikan. Untuk itu perlu membuat wawasan ke banyak dimensi untuk membentuk entitas yang disebut sebagai kualitas melalui konsensus sosial (Gummesson, 1990). Berdasarkan tinjauan literatur yang menyeluruh, Garvin telah mengklasifikasikan definisi kualitas ke dalam lima kelompok besar. (1) Definisi transenden. Definisi-definisi ini bersifat subyektif dan pribadi. Mereka abadi tetapi melampaui pengukuran dan deskripsi logis. Mereka terkait dengan konsep-konsep seperti kecantikan dan cinta. (2) Definisi berbasis produk. Kualitas dipandang sebagai variabel terukur. Basis untuk pengukuran adalah atribut objektif dari produk. (3) Definisi berbasis pengguna. Kualitas adalah sarana untuk kepuasan pelanggan. Ini membuat definisi ini individual dan sebagian subjektif. (4) Definisi berbasis manufaktur. Kualitas dipandang sebagai kesesuaian dengan persyaratan dan spesifikasi. (5) Definisi berbasis nilai. Definisi-definisi ini mendefinisikan kualitas dalam kaitannya dengan biaya. Kualitas dipandang sebagai nilai yang baik untuk biaya (Garvin, 1988).

Dimensi kualitas secara umum terbagi dalam sepuluh kategori (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985; Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990), yang dipaparkan sebagai berikut:

- (1) Keandalan - layanan dilakukan dengan cara yang dijanjikan.
- (2) Responsiveness - layanan dilakukan segera sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- (3) Kompetensi - staf penyedia layanan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan dengan cara yang tepat.

- (4) Akses - masalah, mis. jam buka, lokasi fisik, dll.
- (5) Sopan santun - staf sopan, ramah, hormat, dll.
- (6) Komunikasi - menjaga agar pelanggan mendapat informasi dalam bahasa yang dapat mereka pahami dan dengarkan.
- (7) Kredibilitas - penyedia layanan dapat dipercaya, dipercaya dan jujur. (8) Keamanan - bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
- (9) Memahami pelanggan - penyedia layanan berusaha memahami kebutuhan dan keinginan masing-masing pelanggan.
- (10) Tangibles - benda fisik yang diperlukan untuk melaksanakan layanan seperti fasilitas, peralatan, dll.

Dari sepuluh kriteria tersebut , lima di antaranya digunakan oleh Badan Akreditasi Nasional untuk mengukur kepuasan pengguna (BAN-PT, 2019, p. 18), yakni :

1. Tangible (bukti yang dapat dilihat secara langsung/diraba)

Didefinisikan sebagai variabel pelayanan yang menitikberatkan pada elemen – elemen yang mewakili pelayanan secara fisik, misalnya penilaian mahasiswa terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan prasarana.

2. Reliability (kehandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cepat, akurat, dan memuaskan. Hal ini menyangkut komitmen atau janji terkait layanan, penanganan keluhan dan lain-lain, misalnya kemampuan dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola dalam memberikan pelayanan

3. Responsiveness (daya tanggap)

Kesediaan para staff atau karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Variabel ini menekankan perilaku personel jasa untuk lebih perhatian terhadap permintaan pelanggan, pertanyaan dan keluhannya, misalnya kemauan dari dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola dalam membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat.

#### 4. Assurance (jaminan)

Pengetahuan dan kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan, kesopanan karyawan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff atau karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu – ragan, misalnya kemampuan dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola untuk memberi keyakinan kepada mahasiswa bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan.

#### 5. Emphaty (empati)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para konsumen, misalnya kesediaan/kepedulian dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola untuk memberi perhatian kepada mahasiswa.

Dalam kerangka kerja alternatif, (Grönroos, 2000) memaparkan kompilasi tujuh kriteria kualitas layanan yang dianggap baik, yakni (1) Profesionalisme dan keterampilan: penyedia layanan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah pelanggan. (2) Sikap dan perilaku: karyawan yang menangani layanan memberikan perhatian tentang pelanggan dan masalah mereka. (3) Aksesibilitas dan fleksibilitas: kemudahan untuk mendapatkan akses ke layanan dan penyedia siap untuk menyesuaikan dengan permintaan dan keinginan pelanggan. (4) Keandalan dan kepercayaan: pelanggan dapat mengandalkan penyedia layanan untuk menepati janji dan berkinerja dengan kepentingan terbaik pelanggan. (5) Pemulihan layanan: apabila terjadi kesalahan, penyedia layanan akan mengambil tindakan untuk menemukan solusi baru yang dapat diterima. (6) Serviscape: lingkungan fisik dan aspek lingkungan lainnya mendukung pengalaman positif. (7) Reputasi dan kredibilitas: penyedia layanan dapat dipercaya, memberikan nilai ekonomis yang berharga pada pelanggan.

Srikanthan dan Dalrymple menyajikan empat pemangku kepentingan utama dan menghubungkan interpretasi kualitas oleh Harvey dan Green (1993) kepada mereka dengan cara berikut: (1) Penyedia (penyandang dana dan masyarakat pada umumnya); memastikan dana yang dikeluarkan

merupakan investasi yang memadai. (2) Pengguna produk (calon mahasiswa): memastikan keunggulan relatif dalam prospek karir. (3) Pengguna output (mis. Pengusaha) : memastikan kompetensi yang sesuai dengan fungsinya. (4) Karyawan (akademisi dan administrator): memastikan konsistensi norma-norma perilaku dan etos ditegakkan agar kepuasan kerja dapat tercapai (Srikanthan & Dalrymple, 2003).

## **C. HASIL YANG DICAPAI**

### **1. Instrumen**

Standar pelayanan yang dimaksud mengacu pada dimensi-dimensi pelayanan yang dikembangkan oleh Zeithaml dan Valerie A.A. Parasuraman (1998) yaitu Tangibleness, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy.

- a. Tangibleness mencerminkan fasilitasi serta sarana dan prasarana yang tersedia yaitu kemampuan program studi dan pihak terkait dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Reliability merupakan kemampuan program studi dan pihak terkait dalam memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Kinerja harus sesuai dengan kriteria yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pengguna, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Responsiveness merupakan suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada mahasiswa, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Assurance terdiri dari beberapa komponen antara lain kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence) dan sopan santun (courtesy).
- e. Empathy merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada mahasiswa dengan berupaya memahami kebutuhan yang diinginkan dalam pelaksanaan program.

Pengukuran dimensi-dimensi tersebut menggunakan instrumen kualitas layanan. Dalam kaitannya dengan pengukuran tersebut untuk pelayanan di UNNES digunakan instrumen yang akan diukur melalui modus daring terpusat



pada tingkat universitas.

Lupiyoadi dan Hamdani (Sudirman, 2010) menyatakan bahwa karakteristik jasa pada perguruan tinggi antara lain sebagai berikut.

- a. Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Contoh ruangan kelas, kursi, meja, buku buku dan sebagainya.
- b. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), dalam hal ini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan.
- c. Penerima jasanya adalah orang. Jadi merupakan jasa yang berbasis orang. Atau di dalam jasa biasa disebut kontak tinggi yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi.
- d. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus menerus dan teratur sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan.

Penyusunan instrumen penelitian dilakukan merujuk kepada instrument pengukuran kepuasan pelanggan yang diterbitkan oleh KemenpanRB dan juga instrument yang disusun oleh PK-BLU Kementerian Keuangan. Instrumen pengukuran kepuasan sesuai dengan sosialisasi dari pengelola BLU di tingkat Kementerian dapat diakses melalui tautan berikut ini:

- a. Dosen dan Tendik: <http://bit.ly/BLUPenDosDik>
- b. Mahasiswa: <http://bit.ly/BLUPenMhswa>
- c. Masyarakat Umum: <https://bit.ly/surveykepuasancivitasunnnes>

## **2. Pengolahan Data**

Data entry dan penghitungan indeks dapat dilakukan dengan program komputer/ sistem data base.

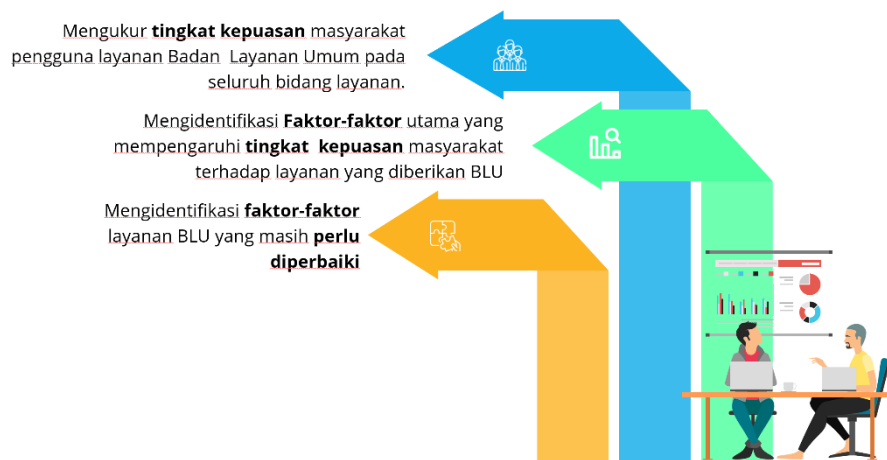
- a. Data Isian kuesioner dari setiap responden dimasukkan ke dalam formulir mulai dari unsur 1 (U1) sampai dengan unsur 14 (U14);
- b. Langkah selanjutnya untuk mendapatkan nilai rata - rata per unsur pelayanan dan nilai indeks unit pelayanan adalah sebagai berikut:
  - b.1 Nilai rata-rata per unsur pelayanan.

Nilai masing-masing unsur pelayanan dijumlahkan (kebawah) sesuai dengan jumlah kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian untuk mendapatkan nilai rata-rata per unsur pelayanan, jumlah nilai masing-masing unsur pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi.

Untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang per unsur pelayanan jumlah nilai rata-rata per unsur pelayanan dikalikan dengan 0,071 sebagai nilai bobot rata-rata tertimbang.

## b.2 Nilai indeks pelayanan

Untuk mendapatkan nilai indeks unit pelayanan, dengan cara menjumlahkan 14 unsur dari nilai rata-rata tertimbang.

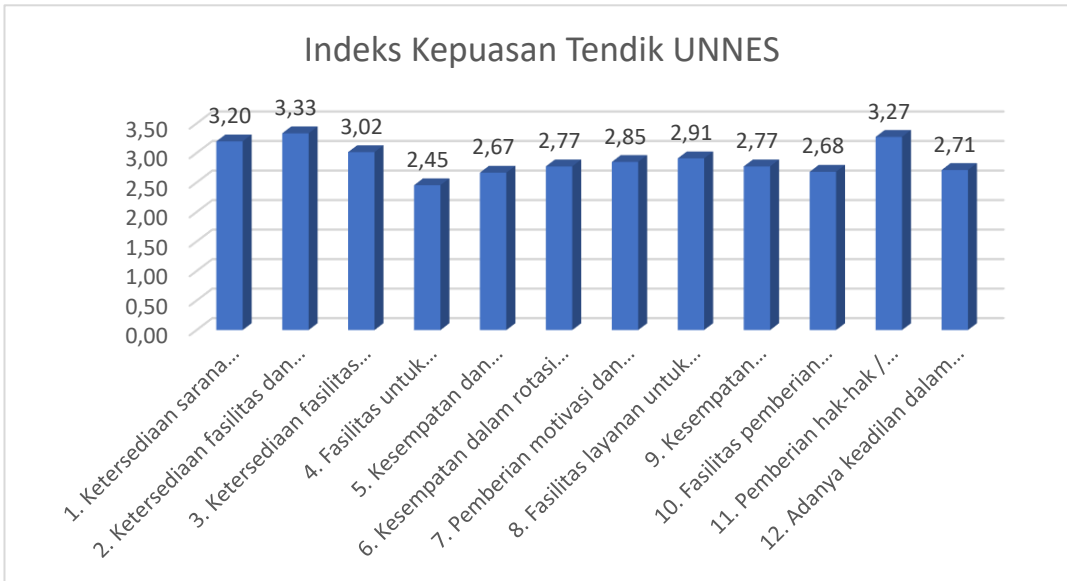


**Gambar. Tujuan Pengukuran Indeks Kepuasan Layanan**

### 3. Hasil Pengukuran Kepuasan

Hasil pengukuran kepuasan didapatkan data sebagai berikut:

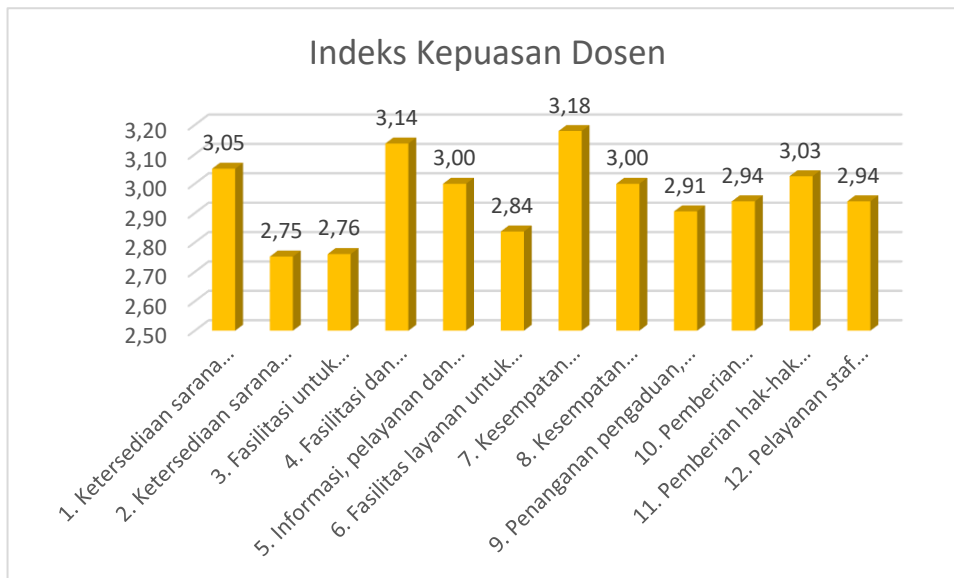
#### a. Indeks Kepuasan Tenaga Kependidikan



Berdasarkan data di atas indikator fasilitas pengembangan diri berada pada rata-rata indeks yang paling rendah, sementara untuk ketersediaan fasilitas berada pada rerata indeks paling tinggi.

Walaupun demikian apabila indeks ini dikonfersikan dengan panduan pengukuran dari Panduan Indeks Kepuasan Masyarakat didapatkan skor: 2,89 Sehingga mutu pelayanan  $2,89 \times 25 = 72,16$  (Baik) sehingga masih harus ditingkatkan.

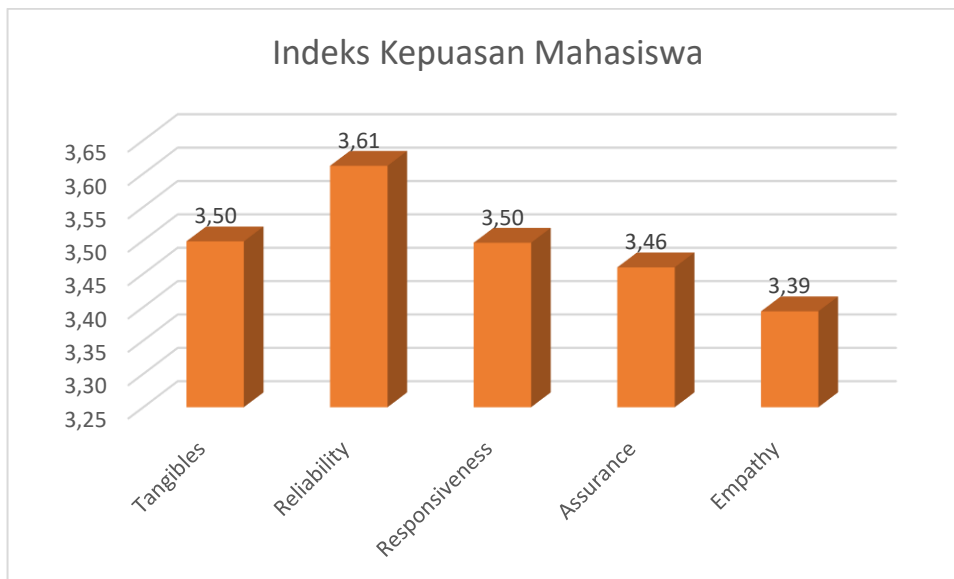
b. Indeks Kepuasan Dosen



Berdasarkan data di atas indikator ketersediaan sarana prasarana pendukung pembelajaran berada pada rata-rata indeks yang paling rendah, sementara untuk kesempatan untuk pengembangan diri berada pada rerata indeks paling tinggi.

Walaupun demikian apabila indeks ini dikonfersikan dengan panduan pengukuran dari Panduan Indeks Kepuasan Masyarakat didapatkan skor: 2,96. Sehingga mutu pelayanan  $2,96 \times 25 = 74,02$  (Baik) sehingga masih harus ditingkatkan.

c. Indeks Kepuasan Mahasiswa



Analisis mengenai keberhasilan kepuasan didapatkan aspek empathy memiliki errata paling rendah, dan aspek reliability yang tertinggi. Apabila indeks ini dikonversikan dengan panduan pengukuran dari Panduan Indeks Kepuasan Masyarakat didapatkan skor: 3,49. Sehingga mutu pelayanan  $3,49 \times 25 = 87,30$  (Sangat Baik) sehingga masih harus ditingkatkan.

**D. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

Berdasarkan hasil yang telah dicapai sampai tahap ini maka tahapan berikutnya adalah untuk melakukan tindaklanjut dari pada unit-unit untuk melakukan peningkatan layanan kepada stakeholder baik mahasiswa, dosen maupun tenaga kependidikan.

## Referensi

- Crawford, F. (1991), "*Total quality management*", Committee of Vice-Chancellors and Principals Occasional Paper, London, December.
- Galloway, L. (1998), "Quality perceptions of internal and external customers: a case study in educational administration", *The TQM Magazine*, Vol. 10 No. 1, pp. 20-6
- Gronroos, C. (2000) *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. John Wiley and Sons, Ltd., Hoboken. [https://www.researchgate.net/publication/215915793\\_Service\\_Management\\_and\\_Marketing\\_A\\_Customer\\_Relationship\\_Management\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/215915793_Service_Management_and_Marketing_A_Customer_Relationship_Management_Approach)
- Gummesson, E. (1990), *Service Quality – A Holistic View*, CTF, Karlstad.
- Harvey, L. & Green, D. (1993). Defining quality. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 18(1), 9–34. <http://dx.doi.org/10.1080/0260293930180102>
- Lagrosen, S. (2001), "Strengthening the weakest link of TQM – from customer focus to customer understanding", *The TQM Magazine*, Vol. 13 No. 5, pp. 348- 54.
- Owlia, M.S. and Aspinwall, E.M. (1996), "Quality in higher education – a survey", *Total Quality Management*, Vol. 7 No. 2.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Srikanthan, G. & Dalrymple, John. (2003). Developing alternative perspectives for quality in higher education. *International Journal of Educational Management*. 17. 126-136. 10.1108/09513540310467804.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990), *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions And Expectations*, The Free Press, New York, NY.

